

Dominical

Nacional Dominical
Semanal

Tirada: **466.349**
Difusión: **330.567**
Audiencia: **1.156.984**
(E.G.M)
07/05/2006

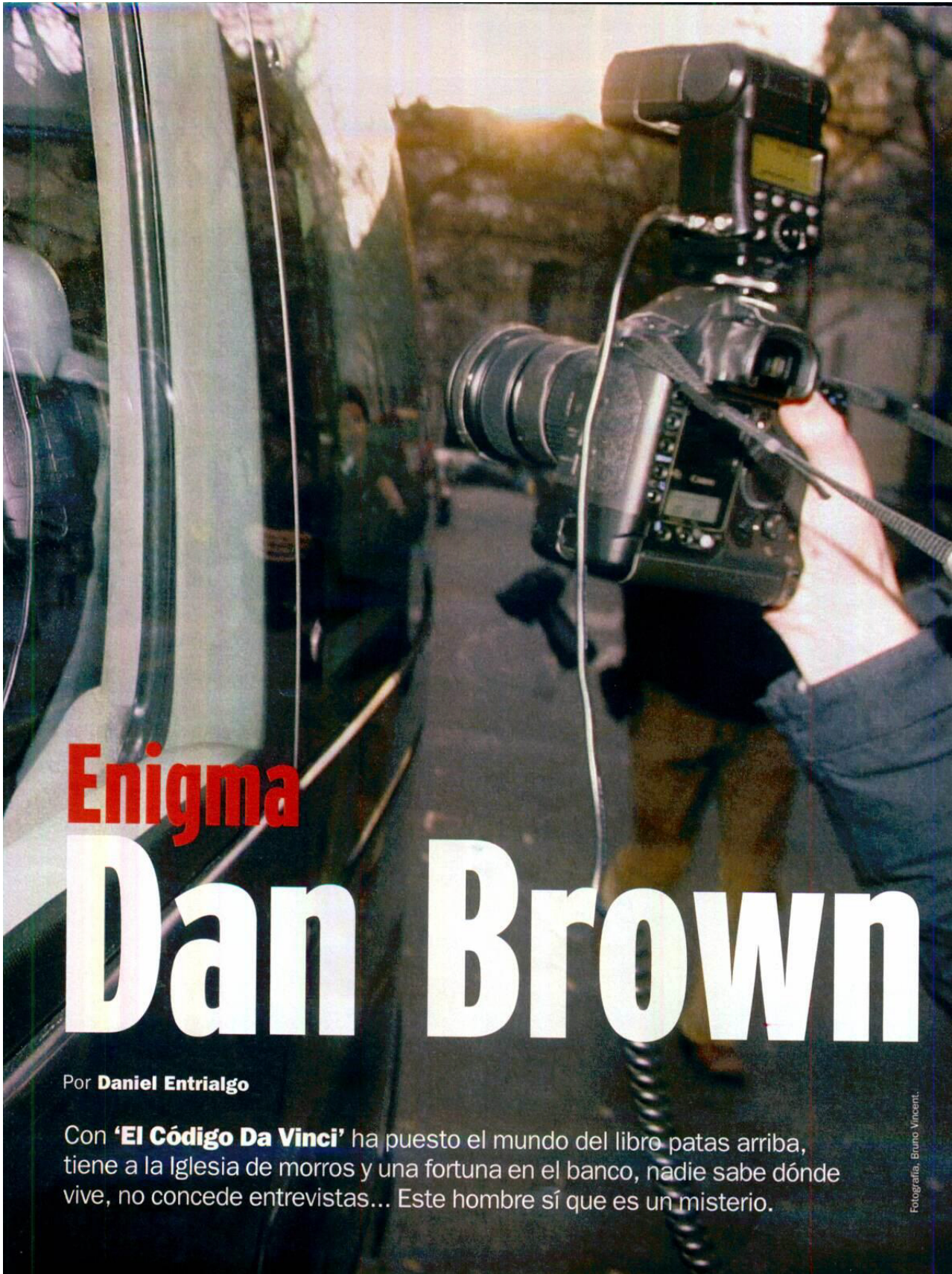
Sección: -
Espacio (Cm_2): **553**
Ocupación (%): **93%**
Valor (€): **32.139,53**
Valor Pág. (€): **34.280,00**
Página: **18**



Imagen: **Si**



EL ESCRITOR, CAMINO
DE LA CORTE DE
JUSTICIA DE LONDRES.
EL PASADO 7 DE MARZO.



Enigma

Dan Brown

Por **Daniel Entrialgo**

Con **'El Código Da Vinci'** ha puesto el mundo del libro patas arriba, tiene a la Iglesia de morros y una fortuna en el banco, nadie sabe dónde vive, no concede entrevistas... Este hombre sí que es un misterio.

Dominical

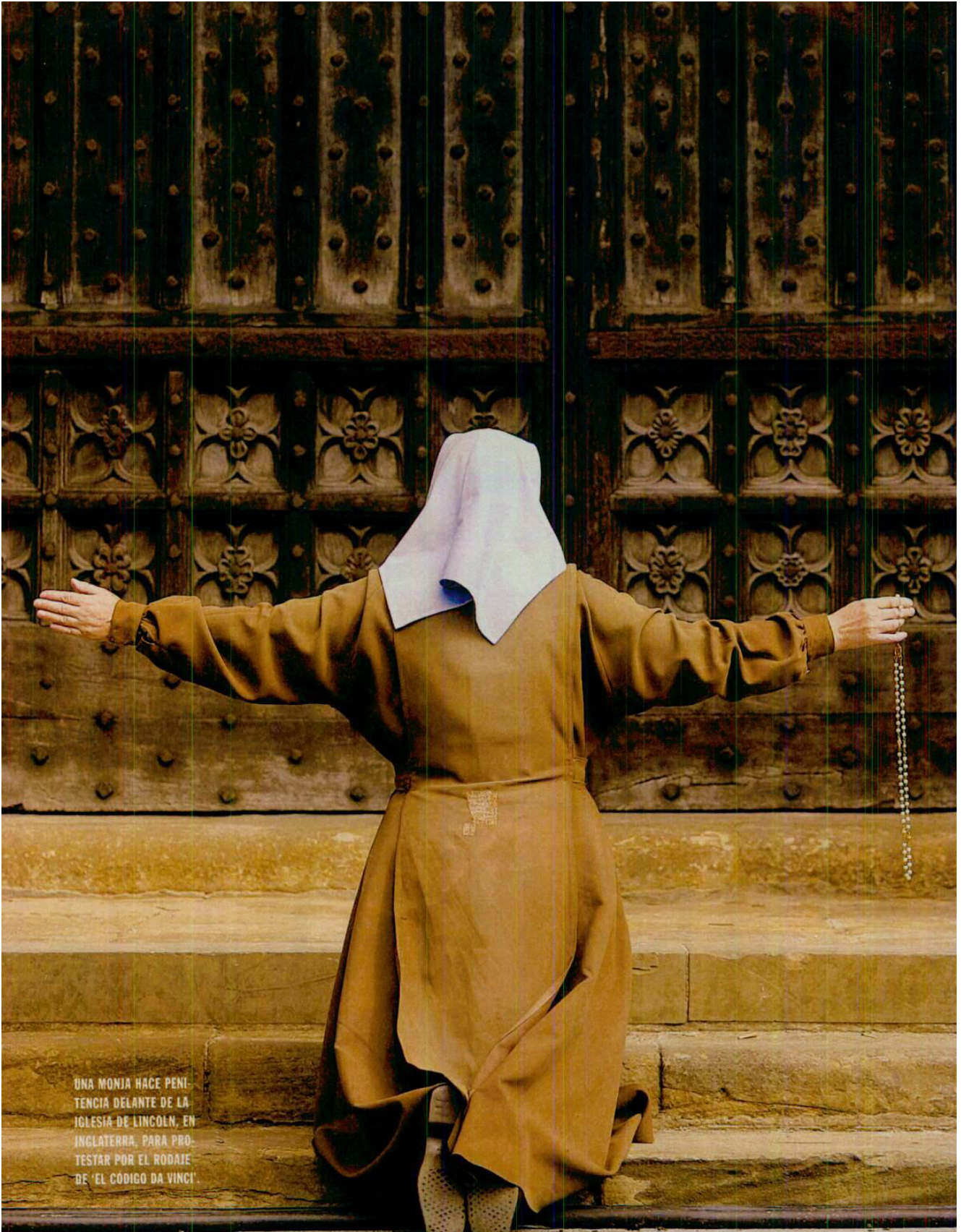
Nacional Dominical
Semanal

Tirada: **466.349**
Difusión: **330.567**
Audiencia: **1.156.984**
(E.G.M)
07/05/2006



Sección: -
Espacio (Cm_2): **532**
Ocupación (%): **90%**
Valor (€): **30.907,11**
Valor Pág. (€): **34.280,00**
Página: **20**



Imagen: **Si**



UNA MONJA HACE PENITENCIA DELANTE DE LA IGLESIA DE LINCOLN, EN INGLATERRA, PARA PROTESTAR POR EL ROBAJE DE 'EL CÓDIGO DA VINCI'

		Tirada: 466.349	Sección: -	
		Difusión: 330.567	Espacio (Cm_2): 546	
Nacional	Dominical	Audiencia: 1.156.984 (E.G.M)	Ocupación (%): 92%	Valor (€): 31.758,76
Semanal		07/05/2006	Valor Pág. (€): 34.280,00	Página: 21
				Imagen: Si

EN PORTADA | 'EL CÓDIGO DAN BROWN', HISTORIA DE UN FENÓMENO

Nueva York, mayo de 2005. Los parques de Manhattan comienzan a florecer. Un coche negro se detiene en seco frente a uno de los mejores hoteles de la Gran Manzana. Un hombre se apea del vehículo, pisa la acera y, saludando al conserje, entra en el edificio. Lleva un paquete en la mano. Las puertas del ascensor se abren en la segunda planta y, ante sus ojos, aparece un elegante salón. Esquivando las bandejas que los estirados camareros pasean por la habitación, el hombre llega hasta una gran mesa; allí, junto a un montón de libros, deja el paquete. En un sofá del fondo, una silueta le espera entre la oscuridad. Cuando se acerca, la sombra sale a buscarle y le ofrece la mano: "Buenas tardes", le dice. "Me llamo Dan Brown".

Esta escena podría formar parte de una de las muchas novelas que, al rebufo del éxito de *El Código Da Vinci*, se asoman hoy en los escaparates de las librerías. Pero no. La secuencia (adornada, eso sí, con alguna que otra licencia literaria) está extraída de la realidad y puede ser explicada —aunque así pierda su aura misteriosa— de forma más sencilla. El protagonista de la misma es Gregorio Vlastelica, director editorial del grupo Urano, una de las pocas personas que han conocido en directo al nuevo *Rey Midas* de la literatura actual. El episodio ocurrió en Nueva York, hace justo un año, durante una recepción privada que Dan Brown ofreció a todos los editores de *El Código da Vinci*, el mayor *best seller* de los últimos tiempos. "Todo transcurrió en el salón de un hotel", rememora el editor. "Había bebidas, comida, y en una mesa de la esquina estaban todas las diferentes ediciones que han salido de la novela, incluyendo las nuestras, claro, en catalán y en español [ése sería el paquete que el hombre deja en la mesa; enigma aclarado]. Fue todo muy relajado, muy normal. De hecho, dado el secretismo que

rodea a Dan Brown, me sorprendió el poco control que hubo a la entrada. Yo pensaba que nos iban a tomar los datos del pasaporte o algo así", añade.

Vlastelica, que pudo charlar con Dan Brown un buen rato, recuerda al escritor como alguien muy amable y accesible, una actitud que contrasta con su reciente aversión a los focos y a los periodistas. "Me pareció

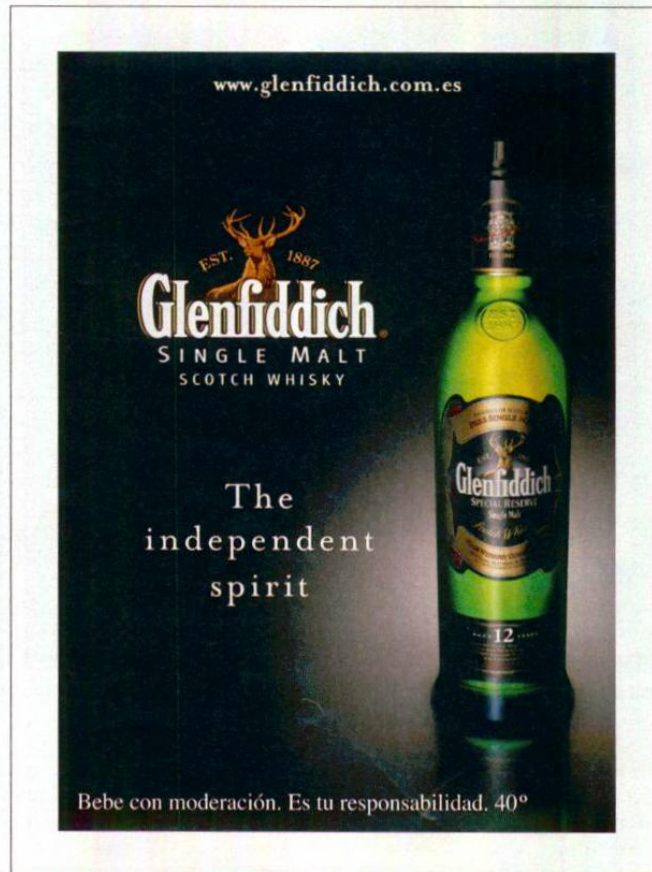
actores. Creo que toda esa reserva con la que rodea a su persona es una especie de excusa para poder concentrarse en su vida. Tiene que ser duro escapar de semejante fama", asegura el editor.

Pero, ¿quién es exactamente Dan Brown? ¿Cómo un desconocido, súbitamente, llega a vender 40 millones de ejemplares? Su biografía oficial (publicada en su página de Inter-



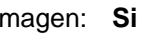
net www.danbrown.com y utilizada por casi todos los medios como única fuente de información) afirma que nació el 22 de junio de 1964 en Exeter (New Hampshire, EE UU). Su madre es compositora de música sacra y su padre profesor de matemáticas. Antes de dedicarse a la literatura, fue profesor de inglés en su ciudad natal. Está casado con Blythe Brown, una pintora e historiadora del arte que le ayuda en la elaboración de sus tramas de corte histórico. Unas cuantas cifras más, ya no presentes en su página *web*, añaden un poco de pimienta a esta aséptica biografía. Los derechos de autor generados por las ventas de *El Código Da Vinci* le han reportado unos ingresos estimados en unos 60 millones de euros. Desde hace algunos años, nadie sabe dónde reside, ni siquiera si vive en la costa este u oeste de EE UU o si lo hace en Europa, apenas hace apariciones públicas y nunca, bajo ningún concepto, concede entrevistas. ¿Y su obra?

¿Qué contiene? ¿Qué hilo ha sabido mover Dan Brown para conectar con ese número ingente de lectores?

Dicen que un buen comienzo puede marcar el devenir de un libro. *El Código Da Vinci* arranca de este modo: "Jacques Saunière, el renombrado conservador, avanzaba tambaleándose bajo la bóveda de la Gran Galería del Museo". Un tono vertiginoso de asesinatos e interrogantes que no decae en algo



una persona muy sencilla, idéntico a como sale en las fotos", comenta. "Cuando lo vi, me di cuenta de que llevaba exactamente el mismo traje con el que aparece en la solapa del libro. Curiosísimo. Él conocía perfectamente el gran nivel de ventas que su novela ha tenido en España y nos prestó una atención especial. Hablamos del proyecto de la película y se mostró muy animado. Acababa de estar en París, visitando el rodaje y entrevistándose con los

		Tirada: 466.349	Sección: -	
		Difusión: 330.567	Espacio (Cm_2): 542	
Nacional	Dominical	Audiencia: 1.156.984	Ocupación (%): 91%	
Semanal		(E.G.M)	Valor (€): 31.501,81	
		07/05/2006	Valor Pág. (€): 34.280,00	Imagen: Si
			Página: 22	

EN PORTADA | 'EL CÓDIGO DAN BROWN', HISTORIA DE UN FENÓMENO



TOM HANKS Y AUDREY TAUTOU PROTAGONIZAN LA ADAPTACIÓN CINEMATOGRÁFICA DE LA NOVELA. SU INMINENTE ESTRENO VOLVERÁ A PONER EL LIBRO EN LAS LISTAS.



más de 550 páginas. ¿Los ingredientes? Misterios religiosos, sociedades secretas, mensajes encriptados, referencia a obras de arte muy populares... Nada nuevo, en definitiva, un esquema repetido cientos de veces en otras muchas novelas anteriores. Y sin

embargo, *el código*—como todo el mundo lo llama— ha provocado un auténtico fenómeno social en todo el planeta.

¿Quién no se ha encontrado a alguien leyendo en el autobús, la peluquería o

en un banco del parque un inconfundible volumen de solapas rojas y naranjas? ¿Quién no ha escuchado, entre atónito e incrédulo, a un amigo o vecino departir con envidiable instrucción sobre el Priorato de Sión, los illuminati o el linaje encubierto de María Magdalena? Las novelas de Dan Brown, denostadas por la crítica y devoradas por el público, se han convertido en un icono de la cultura popular. Su estallido de ventas ha convulsionado el mercado del ocio. Las mesas de novedades de las librerías aparecen sembradas con títulos similares o de temática muy parecida, se emiten documentales, debates por la radio, reportajes en la prensa, todo el mundo opina... El interés por estos temas, ▶

Sólo por los derechos de autor de 'El Código Da Vinci', Dan Brown ha ingresado unos 60 millones de euros. Y la cifra aumenta día a día

		Tirada: 466.349	Sección: -	
		Difusión: 330.567	Espacio (Cm_2): 541	
Nacional	Dominical	Audiencia: 1.156.984 (E.G.M)	Ocupación (%): 91%	Valor (€): 31.426,82
Semanal		07/05/2006	Valor Pág. (€): 34.280,00	Página: 24
				Imagen: Si

EN PORTADA | 'EL CÓDIGO DAN BROWN', HISTORIA DE UN FENÓMENO

E

l Opus Dei, que en la novela sale muy malparado, ha modificado su política de comunicación para adaptar su imagen al éxito del libro

lejos de diluirse, parece no haber encontrado aún su apogeo.

A pesar de que el fenómeno explotó hace ya un par de años, la actualidad parece empeñada en convertir todo lo que le atañe a *El Código Da Vinci*, aunque sea tangencialmente, en titulares de primera plana. Un ejemplo lo tenemos en el denominado Testamento de Judas. Su existencia se conoce desde hace muchos años y los especialistas llevan décadas debatiendo sobre el tema. Lo que se reduciría a un asunto de interés para teólogos e historiadores de lo antiguo adquiere ahora un nuevo interés; de hecho, ha traspasado los foros académicos para abrir los telediarrios de medio mundo.

El tsunami de popularidad generado por *El Código Da Vinci* alcanza archipiélagos muy variados. El Opus Dei, la organización católica que tan malparada sale en el libro, intentó desde un principio boicotear la novela, pero —a pesar de su poder e influencia— se topó contra un muro insuperable: la gente la leía. Finalmente, ha decidido adoptar una política de transparencia y puertas abiertas para aprovechar y reconducir toda esa publicidad gratuita que Dan Brown les ha aportado, sobre todo en EE UU, donde casi nadie les conocía. Al fin y al cabo, dicen que lo importante es que hablen de uno, aunque sea para mal.

Otra ramificación curiosa del libro es la fibre que arrastra a decenas de lectores a conocer los lugares reales donde se desarrolla la trama. A las afueras de Edimburgo, por ejemplo, en Escocia, miles de turistas asedian cada día la coqueta capilla de Rosslyn, escenario de las páginas finales de la novela; una iglesia que apenas albergaba 9.000 visitas al año, hace un lustro, y que ahora recibe avalanchas de hasta 100.000 curiosos cada temporada. Lo mismo ocurre en París, Milán, Londres... De hecho, acaba de

publicarse una especie de guía que, bajo el título de *Viaje a los escenarios de Dan Brown*, recorre estas capitales bajo una nueva perspectiva; ya no interesan los monumentos, las plazas o los restaurantes, sino dónde están los lugares que Robert Langdon y Sophie Neveu visitan en sus pesquisas. Y la cosa va a más.

El próximo 19 de mayo (antes se presenta en el Festival de Cannes) se estrena la adaptación cinematográfica que el director Ron Howard —autor de éxitos como *Apolo 13* o *Una mente maravillosa*— ha hecho de *El Código Da Vinci*, con Tom Hanks y Audrey Tautou, la chica de *Amélie*, en los papeles principales. Un espaldarazo de promoción gigantesco que pondrá de nuevo el libro en el ojo del huracán. Durante el rodaje, hubo protestas de algunos sectores católicos y el mismísimo presidente de la República Francesa, Jacques Chirac, se vio envuelto en un absurdo escándalo cuando la revista *Newsweek* publicó que había intentado enchufar dentro del reparto a una actriz amiga de su hija. Cosas del código.



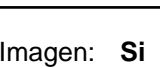
¿Cuándo empezó a rodar esta gigantesca bola de nieve? ¿Recuerda usted quién fue el primero que le habló de esta novela? Aranzazu Sumalla tiene 35 años, trabaja como editora en el sello Umbriel, división del grupo Urano, y ostenta un curioso galardón: fue la primera persona que leyó en España *El Código Da Vinci*... o más bien la segunda. "A finales del año 2002", explica Sumalla, "recibi-

mos en la oficina una galerada de la novela, que entonces ni siquiera se había publicado en EE UU. Era la típica prueba que circula por las editoriales y que se ofrece al mejor postor. Pedimos un informe de lectura y la chica [ésta sí que fue la primera lectora] vino entusiasmada. Fue un viernes por la tarde y yo me llevé la novela el fin de semana a casa para ver cómo era. Me atrapó desde la primera página, fue algo muy compulsivo; se me hizo domingo por la tarde y no me levantaba del sofá", recuerda la editora.

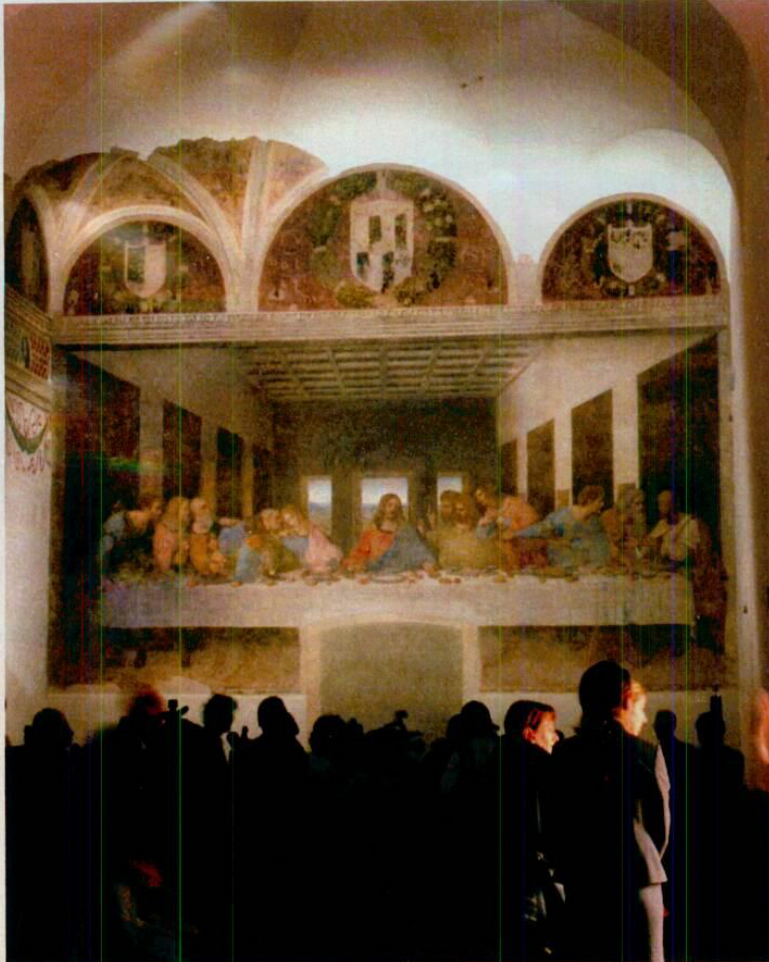
El lunes por la mañana, Aranzazu reunió a su equipo, discutió el precio con la agencia literaria que ostentaba los derechos y firmó el contrato. Nadie podía imaginar que acababa de fichar al *Ronaldinho de los bestsellers*. "Fue una operación muy sencilla, de verdad; ahora asusta ver la dimensión que aquel acuerdo ha adquirido", asegura. "El libro tenía buena pinta, hicimos una oferta inicial, regateamos, y al final lo dejamos en 15.000 dólares (unos 12.000 euros, dos millones de las desaparecidas pesetas): ésa fue la cifra que desembolsamos por llevarnos los derechos de *El Código Da Vinci* en lengua castellana. Entonces éramos un sello pequeño, muy joven, y nos llevamos a Dan Brown porque nadie quiso pagar más dinero por él, así de claro", afirma. Umbriel cerró el trato a primeros de 2003 y en marzo de ese mismo año el libro se colocaba en lo más alto de las listas de EE UU. Comenzaba el boom.

La novela salió al mercado español en otoño de 2003 y en apenas unos meses se convirtió en un auténtico fenómeno. "Salimos con 100.000 ejemplares, una tirada enorme para nuestras posibilidades de entonces", recuerda Sumalla. Hoy, cuando no se han cumplido ni tres años de su lanzamiento, *El Código Da Vinci* ha vendido en el mercado español e iberoamericano unos tres millones de ejemplares. "Es una cifra bestial", asegura la editora. "No conozco otro libro que haya generado tanto en un ▶

La editorial Umbriel pagó en 2003 15.000 euros por los derechos del 'código' en lengua castellana. Ha vendido tres millones de ejemplares

		Tirada: 466.349	Sección: -	
		Difusión: 330.567	Espacio (Cm_2): 533	
Nacional	Dominical	Audiencia: 1.156.984	Ocupación (%): 90%	
Semanal		(E.G.M) 07/05/2006	Valor (€): 30.979,19	
			Valor Pág. (€): 34.280,00	Imagen: Si
			Página: 26	

EN PORTADA | 'EL CÓDIGO DAN BROWN', HISTORIA DE UN FENÓMENO



'LA ÚLTIMA CENA', DE LEONARDO DA VINCI, HA MULTIPLICADO SU NÚMERO DE VISITANTES GRACIAS AL 'CÓDIGO'.

Los turistas 'invaden' los lugares clave del libro. En el Louvre, hay quien pregunta por la 'Gioconda' señalando la portada de la novela

lapso de tiempo tan corto. Teníamos muchas esperanzas puestas en este título, pero jamás esperamos algo parecido. Ha marcado un antes y un después para nuestra editorial y para el mercado", afirma. Y el recorrido no ha terminado del todo. Lo nor-

mal es que el estreno de la película estimule las ventas de la novela; y todavía falta la edición en bolsillo.



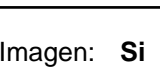
Poco después, viendo el potencial que Dan Brown apuntaba, Umbriel se lanzó rápi-

damente a por los anteriores títulos del autor (*Ángeles y demonios*, *La fortaleza digital* y *La conspiración*) que también han sido publicados por este sello en el mercado español. "Tuvimos que poner bastante más dinero, pero tampoco una barbaridad", recuerda Aranzazu. La próxima novela (esperadísima y de la que nadie sabe nada), sin embargo, será editada por Planeta, que se tuvo que poner los guantes de peso pesado —cuando el fenómeno Da Vinci era ya planetario— para tumbar a Random House, el otro gigante de la edición, y llevarse así la referencia Dan Brown a su catálogo. "Nosotros nos apartamos de la puja", admite la editora. "Se manejaban cifras enormes".

Sumalla no guarda ningún tipo de resentimiento por este robo de la perla de Umbriel. "Es algo muy habitual en este negocio. Como pasa con el fútbol, llega un equipo grande y te ficha a la estrella del equipo. Personalmente, estoy deseando leer la nueva entrega de Brown, incluso me intriga saber cómo va a continuar después de *El Código Da Vinci*. Creo que tendremos que esperar un poco, porque tengo entendido que aún no la ha terminado".

A pesar de haber sido la descubridora de Dan Brown en lengua castellana, Aranzazu tiene clavada una pequeña espinita: no haber podido traer al autor a España. "Fue duro. Le invitamos a venir desde el primer día, pero se negó a conceder cualquier tipo de entrevista. En un primer momento, tenía un contacto directo con él a través de una dirección de correo electrónico. Le explicaba cómo iba el libro, los detalles, y él me contestaba como cualquier otro autor. Luego, esta vía se cortó". Sumalla fue invitada a la fiesta que Dan Brown dio en Nueva York, de la que hablamos en el arranque del reportaje, pero no pudo asistir por motivos personales. "Sus agentes me dicen que no le gusta nada el follón, que es un tipo muy normal. Me comentan que en EE UU ha tenido problemas con fanáticos que le envían amenazas. También hubo un tumulto en una firma de ejemplares, así que prefiere llevar una vida discreta".

En contra de lo que pueda parecer, las polémicas que han envuelto a Dan Brown —como su enfrentamiento con la Iglesia o las denuncias que ha recibido de otros autores acusándole de plagio— sólo han provocado un ▶

		Tirada: 466.349	Sección: -	
		Difusión: 330.567	Espacio (Cm_2): 535	
Nacional	Dominical	Audiencia: 1.156.984 (E.G.M)	Ocupación (%): 90%	
Semanal		07/05/2006	Valor (€): 31.109,41	
			Valor Pág. (€): 34.280,00	Imagen: Si
			Página: 28	

EN PORTADA | 'EL CÓDIGO DAN BROWN', HISTORIA DE UN FENÓMENO

efecto positivo en la vida de la novela: más y más ventas. "Con la película pasará lo mismo", comenta Sumalla. "Es increíble, pero el libro no deja de venderse. El otro día, una revista inglesa para librerías titulaba así un reportaje: '¿Pero queda alguien por leer *El Código Da Vinci*?'. Yo me pregunto lo mismo [risas]", ironiza.

Hablando de pleitos, la última aparición pública de Dan Brown acaeció el pasado marzo, cuando el autor acudió a la Real Corte de Justicia de Londres para defenderse de las acusaciones vertidas contra él por los autores de *El enigma sagrado*, un ensayo publicado en 1982 que también colocaba a María Magdalena como esposa embarazada de Jesucristo. El juez acaba de desestimar la demanda considerando poco probable que un novelista de ficción pueda plagiar, en sentido estricto, un libro de (supuesta) historia. Algo así como si —llevando el símil al extremo— los descendientes de Darwin demandaran a Michael Crichton y su *Parque Jurásico* por haber novelado las teorías de la evolución.

Más que una citación judicial, los autores de *El enigma sagrado* deberían enviarle a Dan Brown un jamón de pata negra en señal de agradecimiento, ya que su obra ha sido resucitada del olvido gracias al soplo milagroso de este *Napoleón de las librerías*. En 2001, el ensayo de marras había vendido en Gran Bretaña la ridícula cifra de 165 ejemplares; en los tres años siguientes, coincidiendo con la llegada de Dan Brown, facturó más de 200.000 libros. Huelgan comentarios.

Los libros sobre el *código* o similares han acabado por convertirse en un estilo, casi en un género. "Hoy en día, si te dedicas a publicar novela comercial para el gran público", explica Sumalla, "es difícil no editar nada sobre templarios, sociedades secretas o misterios. Se ha abierto un filón que parece no tener fin, basta darse una vuelta por cualquier librería. Los ves por

Javier Sierra, con una novela sobre la última cena de Leonardo, acaba de entrar en la lista de 'The New York Times', un hito. Da Vinci está de moda

todos lados. Hay una obsesión por dar la campanada con autores o novelas de este tipo. En cierta manera, muchas editoriales se han beneficiado del éxito de Brown".

Javier Sierra (Teruel, 1971) lleva años escribiendo novelas sobre misterios históricos. Su último éxito, *La cena secreta* (Plaza & Janes) —que también analiza *La última cena*, el famoso fresco de Da Vinci— se colocó el pasado 16 de abril en la sexta posición de la popular lista de *bestsellers* de *The New York Times*, un auténtico hito. Es la primera vez que un libro no escrito originalmente en inglés entra en este célebre *ranking*. De hecho, Sierra ha sido bautizado por la prensa americana como el *Dan Brown español*. En nuestro país, *La cena secreta* lleva vendidos hasta ahora más de 250.000 ejemplares, una cifra espléndida. "*El Código Da Vinci* ha sido la puerta de entrada para millones de lectores a libros dedicados a los enigmas de la Historia", explica el propio Sierra. "Ha asentado un género que hace pocos años era arrinconado por los críticos y despreciado por los medios", comenta.

Sierra acudió a una de las sesiones del juicio que se celebró en Londres en marzo para conocer en persona a Dan Brown. "Sólo lo vi en la sala y me pareció una persona cordial, tímida y educada", recuerda. "Su técnica narrativa se acerca mucho al ritmo televisivo, lo que los anglosajones denominan un *page turner* (algo así como "el que

hace pasar páginas"), su intriga logra cautivarte hasta el final. Particularmente, me gusta más el clímax de *Ángeles y demonios*". En cuanto al fenómeno Brown, el turolense tiene su propia opinión: "Cada vez más personas desconfían de las *verdades oficiales* que nos sirven a diario los gabinetes de gobierno o instituciones religiosas. El fiasco de las armas de destrucción masiva en Irak es un buen ejemplo. Muchas de esas personas buscan en este tipo de literatura otras posibilidades. Sólo espero que, en este campo heterodoxo, impere cierto sentido crítico y no se comulgue con ruedas de molino", comenta. "Lo importante del *código* es que ha acercado a la lectura a millones de personas que nunca han sido consumidores habituales de libros".

Ignacio Tolnado, director del libro de Fnac España, una de las grandes superficies que más ejemplares de Dan Brown ha facturado, se interroga sobre el porqué del fenómeno: "No sé cuál es su secreto. Se lee muy rápido, juega con cuestiones que despiertan gran interés, pero otras muchas novelas lo hacen y no llegan a tantos lectores. No es por quitarle méritos a *El Código Da Vinci*, pero desde hace siglos los misterios, las intrigas y la Historia vienen siendo algunos de los temas más queridos por los amantes de la lectura. Ahora bien, como librero lo tengo muy claro: ¡ojalá otras muchas novelas se vendieran como ésta!", añade.

Hace unos días, la España carpetovetónica y bizarra aportaba su dadaísta grano de arena al *boom*. Después de 25 años de separación profesional, Pajares y Estesos —el dúo cómico de la transición— volverán a reunirse para rodar una nueva película: *El Código Aparinci*, una disparatada parodia de la novela más vendida de los últimos tiempos. ¿Acabará alguna vez el culebrón Da Vinci? Eso sí que es un enigma. ♦

A veces me pregunto: '¿Pero aún queda alguien por leerlo?'.
Pues sí, se sigue vendiendo",
(Aranzazu Sumalla, editora de Brown)